Octobre 2026

CB

CINEBULLETIN N° 560

Revue et plateforme
des professionnel·le·s de
l'audiovisuel suisse

FOCUS

Festivals

Entre soutien public, sponsors et lien social, les festivals défendent leur place.

La rencontre

Gilles Jobin présente « Sunset Motel » au GIFF et interroge l'avenir de la création en réalité virtuelle.

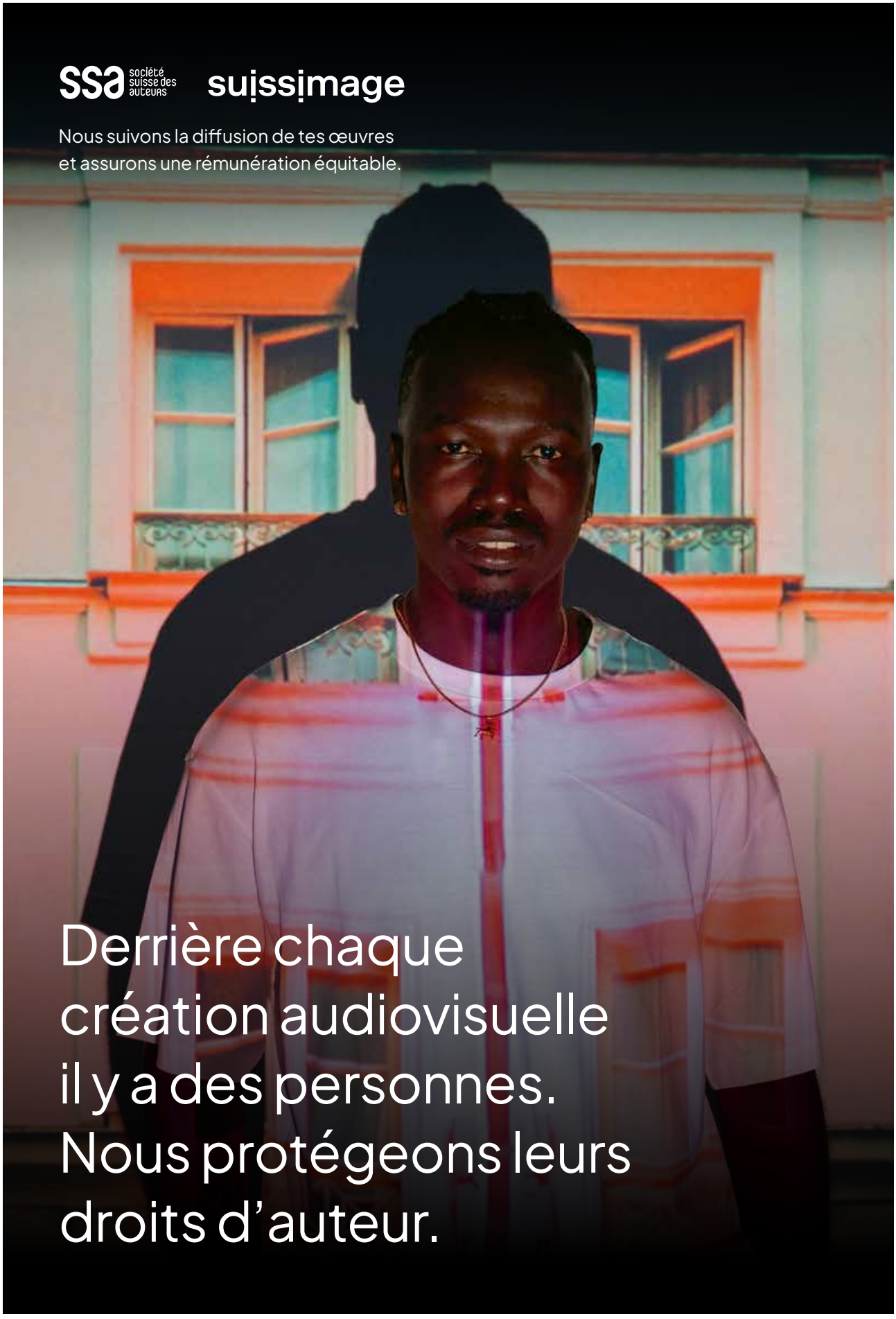
Talents

Entre intimité et nature, Naomi Pacifique présente son nouveau court métrage à Winterthour.

« Sunset Motel », de Gilles Jobin, sera présenté au Geneva International Film Festival. © Cie Gilles Jobin

SSA société suisse des auteurs suissimage

Nous suivons la diffusion de tes œuvres
et assurons une rémunération équitable.



Derrière chaque
création audiovisuelle
il y a des personnes.
Nous protégeons leurs
droits d'auteur.

-P6-
Focus
Philippe Clivaz
Le président de la Conférence des Festivals défend leur rôle culturel et économique.

-P8-
Focus festivals
Soutien fédéral
Nadine Adler Spiegel explique les choix de l'OFC pour les festivals suisses.

-P9-
Focus
Sponsors
Ce qui motive les entreprises à soutenir les festivals de cinéma.

-P10-
Focus
Créer du lien
Les festivals spécialisés ouvrent des espaces de rencontre et donnent voix à d'autres regards.

-P11-
Focus
Zurich Summit
Le cinéma cherche son public face aux plateformes qui captent son attention.

-P12-
La rencontre
Gilles Jobin
Avec « Sunset Motel », le chorégraphe explore la réalité virtuelle et les obstacles à sa diffusion.

-P15-
Nouveaux talents
Naomi Pacifique
La cinéaste explore l'intimité et la nature dans un court métrage présenté à Winterthour.

-P16-
Frontières
Tourner en anglais
À Venise, trois cinéastes suisses interrogent le choix d'une langue et la fidélité à leur regard.

-P17-
International
Interprètes IA
Les figures numériques bousculent le métier et les droits des interprètes.

-P19-
Opinion
Au-delà du sujet
Pablo Callisaya plaide pour un cinéma suisse alémanique qui ose la forme et le risque.

-P20-
Sud-est
L'animation en partage
Les Lugano Animation Days misent sur la rencontre et défendent une création artisanale.

Ce qui compte

© Kenza Wadimoff

Comment défendre la valeur des festivals sans la réduire à ce qui se compte ? Retombées économiques, fréquentation, rayonnement : ces indicateurs ont leur place dans le bilan des manifestations qui ponctuent notre calendrier culturel. La dernière analyse de la Conférence des Festivals apporte un éclairage sur huit d'entre elles. À chaque franc public investi correspondent, en moyenne, 2,30 francs de dépenses directes en Suisse. De quoi rappeler que leur activité profite aussi à l'économie locale.

Utiles au dialogue avec le monde politique, ces chiffres ne disent pourtant pas tout ! Du temps pour échanger avec un ou une cinéaste, une discussion entre professionne·le·s qui se poursuit après la séance, la découverte d'une œuvre peu ou pas diffusée. Notre dossier explore aussi cette part moins mesurable de la vie des festivals.

Certains existent justement pour montrer ce qui manque ailleurs. À Zurich, le Black Film Festival est né d'un constat : les cinéastes noir·e·s avaient peu de visibilité dans nos salles. À Bâle, Look & Roll met à l'affiche des œuvres auxquelles participent des personnes en situation de handicap, devant ou derrière la caméra. Avec un soin particulier apporté à l'accueil et à l'accessibilité des séances. Des œuvres à découvrir, mais aussi un lieu où se retrouver et débattre. C'est toute la force des festivals spécialisés. La codirectrice de Look & Roll espère pourtant que, à terme, ces films n'auront plus besoin d'un rendez-vous à part pour être montrés. D'ici là, ces manifestations ont besoin de moyens pour durer.

L'OFC souhaite soutenir de nouveaux festivals, même si tous ne remplissent pas les critères de sélection. Sans compter un budget annuel qui ne dépasse pas 4 millions de francs. Les possibilités existent aussi du côté des partenaires privés, plus enclins à s'associer aux grandes vitrines du cinéma. Mais comment soutenir ce qui reste peu visible si cette visibilité pèse autant dans le choix des entreprises ? Comme le rappelle Nadine Adler Spiegel, se développer ne veut pas forcément dire grandir. Une façon aussi de défendre la qualité et la singularité, sans toujours viser une hausse de fréquentation.

Au Zurich Summit, YouTube et TikTok promettent d'aider le cinéma à trouver ses spectateur·trice·s. Encore faut-il que ceux-ci et celles-ci, déjà très sollicité·e·s par les plateformes, aient du temps à consacrer aux films. Les festivals offrent cette occasion.

Reste à permettre aux équipes de ces événements importants de travailler dans de bonnes conditions. Philippe Clivaz rappelle la précarité des contrats temporaires et la nécessité du bénévolat. Les chiffres donnent des arguments pour défendre ces moyens. Même s'ils ne racontent pas tout.

Adrien Kuenzy
Corédacteur en chef

Texte original français

PLACÉE

© 2026 Rita Productions / RTS

Notre patrimoine du cinéma suisse s'agrandit.
Découvrez la nouvelle série sur Play RTS.

**Pour une Suisse qui se rencontre,
qui crée et qui se rassemble.**

SRG SSR

RSI RTR RTS SRF

Lancé en 2019, le soutien aux expériences numériques de Cinéforom s'achève après avoir accompagné une quarantaine d'œuvres. Le dernier dépôt a eu lieu; le jury se réunira une ultime fois le 3 novembre.

À Genève, le Spoutnik a célébré sa réouverture le 29 octobre après plusieurs mois de travaux. Salle réaménagée, nouveau bar, salle de consultation et projecteur laser 4K Barco modernisent le cinéma, qui conserve son attachement à la pellicule. Le chantier a notamment reçu le soutien de la Loterie Romande et de la Fondation Hans Wilsdorf.

Avec son module pilote « La culture comme environnement de travail », le Monitoring de la culture suisse rassemble des données sur la situation économique des acteurs culturels et les conditions-cadres des entreprises. Lancé par l'Office fédéral de la culture, l'outil sera régulièrement actualisé et enrichi.

Elisa Gómez Alvarez, déjà portraiturée dans nos pages (n° 556), développe autour de son film « To the Moon and Back » une campagne d'impact en Suisse et aux Philippines sur l'accès aux sciences et à l'éducation face au changement climatique. La réalisatrice veut toucher la Gen Z et les étudiant·es au-delà des salles et des festivals.

Le projet de budget 2027 de la Ville de Genève prévoit une baisse de 100'000 francs de la subvention des Cinémas du Grütli, soit près de 15 %. L' institution, dont la fréquentation a plus que doublé depuis 2020 à subvention municipale constante, a lancé une pétition pour préserver ses tarifs accessibles et sa programmation, notamment de cinéma suisse et de patrimoine. Le 13 octobre, plus de 90 personnalités du cinéma suisse ont aussi adressé une lettre ouverte au Conseil municipal, à l' initiative du cinéaste Nicolas Wadimoff.

Exceptionnellement, l'OFC supprime l'échéance du 11 janvier 2027 pour les demandes d'aide sélective à la production cinématographique. La suivante est avancée au 1er mars. L'enveloppe annuelle reste inchangée et sera répartie entre les trois délais de dépôt restants.

Site suisse de référencement d'offres de streaming gratuites, KinoGrid recense des films et séries proposés par des diffuseurs et des chaînes YouTube officielles. Consultable sans inscription, il renvoie vers les fournisseurs sans héberger les contenus.

Le réseau d'Europe centrale et orientale CEE Animation lance le Young Audience Rating System (YARS). Conçu avec la psychologue des médias Martina Peštaj, cet outil gratuit aide cinéastes, distributeurs et festivals à comprendre comment les jeunes publics perçoivent les films d'animation selon leur âge.

La 15e édition de «Palestine: filmer c'est exister» se tiendra du 25 au 29 novembre à Genève. Au programme: des archives restaurées par le cinéaste Mohanad Yaqubi, des films de jeunes cinéastes de l'Université Dar Al-Kalima et une table ronde sur la destruction et l'ouverture de salles de cinéma en Palestine.

Memoriav enrichit sa rubrique Cinéma : l'Histoire pour mémoire. « Helvetica extranea. Les enjeux du paysage » explore la place de la Suisse dans les productions étrangères à partir de l'ouvrage *Backdrop Switzerland*, de Cornelius Schregle. Un second dossier revient sur « La Croix du Cervin » (1922) et « L'Ascension du Gabelhorn » (1924), deux films d'alpinisme dont des fragments récemment identifiés sont accessibles en ligne.

Philippe Clivaz: «Le temps d'un festival est un temps où les esprits sont plus ouverts»

Ces rendez-vous cinématographiques profitent aussi à l'économie locale. Le président de la Conférence des Festivals défend leur utilité culturelle et la nécessité d'un soutien public.

Propos recueillis par Teresa Vena et Adrien Kuenzy

Un franc public investi, 2,30 francs réinjectés dans l'économie. C'est le chiffre que la Conférence des Festivals veut mettre en avant avec son analyse consacrée à huit manifestations suisses. Publiée à la rentrée, peu après l'annonce des nouveaux soutiens de l'Office fédéral de la culture, elle doit aussi servir d'argument auprès du monde politique. Mais Philippe Clivaz, président de la Conférence, parle également de ce qui se voit moins dans les tableaux : des équipes qui reposent encore largement sur des contrats temporaires et du bénévolat, des billets qu'il faut garder à de prix abordables, et des festivals qui cherchent davantage d'argent privé en se basant sur un socle d'investissements publics solide. Entretien.

Pourquoi avoir réalisé cette analyse maintenant ?

On a commencé ce travail il y a plusieurs années, notamment pour harmoniser la manière dont les festivals comptabilisent leurs entrées. Il repose sur des chiffres entre 2023 et 2025, à partir de documents également transmis à l'Office fédéral de la culture.

Votre chiffre phare est qu'un franc public investi correspond en moyenne à 2,30 francs de dépenses directes en Suisse. Comment arrivez-vous à ce résultat ?

On a demandé aux huit festivals de calculer, à partir de leurs budgets et de leurs comptes, quelle part de leurs dépenses était réalisée en Suisse. En moyenne, elle atteint 91,43 %. Ensuite, on rapporte ces dépenses au montant total des subventions publiques fédérales, cantonales et communales. C'est ainsi qu'on arrive à une moyenne de 2,30 francs dépensés en Suisse pour chaque franc public investi. Cela comprend notamment les hôtels, les locations de salles, les salaires ou encore les frais d'impression.

Le fait de mettre autant l'accent sur l'impact économique signifie-t-il qu'aujourd'hui l'argument culturel ne suffit plus pour défendre les festivals auprès des pouvoirs publics ?

La Conférence des Festivals regroupe essentiellement des responsables organisationnels, opérationnels ou administratifs. Ce qu'on met en avant ici ne dit rien sur le plan artistique, qui est beaucoup plus difficile à comparer. Ce qui nous paraissait intéressant, c'était d'argumenter dans le sens qui montre que l'argent public investi permet aussi de faire fonctionner l'économie locale, c'est déjà ça de gagné.

Un festival peut-il réduire sa dépendance aux financements publics ? Un modèle largement autofinancé est-il réaliste ?

Cela paraît assez compliqué. L'ensemble des subventions représente 39,77 % des budgets des huit festivals analysés. Couper cette part signifie ne pas pouvoir mettre sur pied ces manifestations. Le 40 à 50 % du budget correspond aux salaires. On essaie de faire en sorte que le personnel soit correctement payé. De plus, comme le rôle d'un festival est avant tout de montrer des films et de faire se rencontrer les gens, ce n'est pas l'invitation des réalisatrices et réalisateurs qu'on peut supprimer non plus.

Même dans les structures plus importantes, le bénévolat, les contrats à durée déterminée et les temps partiels restent très présents. Comment vous positionnez-vous face à cette précarité ?

Sur la Piazza Grande, jusqu'à 8000 personnes peuvent part

Le travail bénévole fait intrinsèquement partie des structures culturelles, notamment au sein des comités. Et la précarité liée aux emplois à durée déterminée est réelle. Ce qu'on essaie de faire, c'est de professionnaliser davantage le secteur en mutualisant certaines compétences entre festivals. Un certain nombre d'entre eux utilisent, par exemple, les mêmes bases de données ou les mêmes systèmes de billetterie, qui demandent un savoir-faire spécifique. Cela permet d'engager certaines personnes sur plusieurs festivals au cours de l'année. Selon les manifestations, il peut y avoir une quinzaine de permanents et de permanentes, auxquels s'ajoute une trentaine de personnes qui passent d'un festival à l'autre, parfois sur des postes similaires, parfois sur des fonctions différentes.

Le FIFF a renforcé son ancrage régional, notamment en développant ses liens avec des marques et des entreprises locales. Remarquez-vous,

d'une manière générale, une évolution de la volonté des entreprises de s'associer aux festivals en Suisse ?

C'est vraiment un travail de longue haleine. Pour aller chercher du soutien privé, il faut déjà pouvoir s'appuyer sur un soutien public fort. À Fribourg, qui n'est pas une région particulièrement riche en grandes entreprises ou en grosses fortunes, on travaille davantage avec de petits sponsors qu'avec de grands partenaires principaux. Ça commence à porter ses fruits. Dans les festivals que je côtoie, on voit de plus en plus de représentants de l'économie locale, notamment lors des cérémonies d'ouverture. Le gros du travail, c'est ensuite de leur faire comprendre que le festival ne se résume pas à cette cérémonie et qu'il a besoin d'un soutien dans la durée.

ager une projection en plein air. © Locarno Film Festival

Comment jugez-vous les choix de l'Office fédéral de la culture concernant le soutien aux festivals entre 2027 et 2029 ?

Globalement, c'est plutôt positif. On sait que les ressources sont limitées et que la majorité des budgets va vers la production, ce qui paraît assez normal. On sent une certaine volonté de stabilité. Sur les trois derniers concours, il y a eu quelques augmentations et quelques variations dans le soutien accordé à certains festivals. Mais il y a une ligne : l'OFC a choisi de ne pas faire une politique de l'arrosoir et de soutenir spécifiquement une dizaine de festivals. Je trouve cela assez cohérent. Est-ce que ça signifie que tout le reste est mauvais ? Non, de loin pas. Il y a des originalités. Tant que les festivals survivent avec ou sans aide fédérale, on ne peut pas dire qu'il y en a trop.

Quel rapport entretiennent aujourd'hui les festivals avec les salles de cinéma ?

Les salles font quelques millions d'entrées. La fréquentation des festivals est certes en augmentation, mais on reste autour d'un demi-million d'entrées par an. Je pense que le public est friand d'événements. On le voit quand une avant-première est organisée hors festival, il y a souvent plus de monde que pour une projection sans accompagnement. Il y a toutefois une dépendance mutuelle. La majorité des festivals ne pourraient pas vivre sans les salles de cinéma. Les salles, elles, n'ont pas besoin des festivals pour vivre, mais les festivals leur apportent un peu de piment au quotidien pendant l'année.

Un festival peut fédérer un public autour d'intérêts très précis tout en cherchant à ouvrir le public à des cinématographies ou à des thèmes nouveaux. Est-il difficile d'être à la fois un rendez-vous pour les habitué·e·s et de toucher de nouveaux publics ?

Dans le cas de Fribourg, c'est frappant. On a un noyau dur de gens qui sont là depuis une trentaine d'années. Avec l'évolution du festival et les changements de direction artistique, on s'est rendu compte qu'il y avait aussi de la place pour un cinéma un peu moins militant, plus cinématographique, et pour davantage de divertissement. Ça nous permet de ne pas être écartelé·e·s entre deux publics, mais de les rassembler. Et puis, ça fait 40 ans qu'on travaille avec les scolaires. Environ 250'000 élèves sont passé·e·s par le festival. Parmi eux et elles, il y en a certainement qui ne vont plus jamais au cinéma parce qu'ils ont été traumatisé·e·s *(sourire)* ! Mais la majorité devient plus cinéphile et retourne au cinéma.

Dans quelle mesure les festivals jouent un rôle clé dans la visibilité du cinéma suisse ?

Il peut y avoir un festival qui fait démarrer un film et que le film ne marche pas après en salle. Mais l'effet est plutôt positif d'une manière générale. Il y a un focus qui est porté sur le cinéma de notre pays. Le temps du festival est un temps où les esprits sont plus ouverts, simplement. Et ça, ça aide à faire sa place au cinéma suisse.

Philippe Clivaz, président de la Conférence des Festivals. © Pierre-Yves Massot / FIFF

Comment travaille concrètement la Conférence des Festivals, créée en 2010 ? Quels sont aujourd'hui ses principaux buts et activités ?

Les préoccupations aujourd'hui sont dans l'organisation concrète : essayer de faire en sorte que les conditions salariales, par exemple, les conditions de vie, les conditions de stress liées à l'organisation de ces manifestations permettent aux gens de continuer à travailler dans quelque chose qu'ils aiment sans devoir passer par la case chômage ou médecin. Et puis, il y a la reconnaissance politique, qui rendrait les festivals un peu plus indispensables qu'ils ne le sont encore et qui ferait que le monde politique aurait conscience de son devoir de soutien. ■

En quelques chiffres

L'analyse de la Conférence des Festivals s'appuie sur les données de huit festivals ayant bénéficié d'un soutien fédéral entre 2023 et 2025. Elle fait état d'un budget total de 35,4 millions de francs par an, dont 14,1 millions de contributions publiques. Selon les manifestations, chaque franc public investi génère entre 1,64 et 3,75 francs de dépenses directes dans l'économie locale. Les huit festivals cumulent par ailleurs 112 postes de travail à l'année et mobilisent environ 2500 personnes durant les manifestations, bénévoles compris. Leur programmation réunit des films provenant d'au moins une soixantaine de pays de production, répartis sur les cinq continents. ■

Nadine Adler Spiegel : « Il ne peut pas s'agir d'une liste close »

Nadine Adler Spiegel © Susanne Goldschmid

Un nouveau festival rejoint les bénéficiaires du soutien fédéral pour 2027–2029. Comment élargir le cercle sans moyens supplémentaires ? La codirectrice du domaine Encouragement du cinéma à l'OFC revient sur les critères de sélection et les arbitrages qui façonnent le paysage des festivals suisses.

Propos recueillis par Adrien Kuenzy

Le Festival international du film alpin des Diablerets est le seul nouveau bénéficiaire du soutien de l'Office fédéral de la culture. Qu'est-ce qui a convaincu les expert·e·s et l'Office de le retenir ?

Nous considérons cette contribution comme un coup de pouce. Elle tient compte des qualités du festival relevées par les expert·e·s, mais aussi de notre volonté de faire évoluer le paysage des festivals suisses. Jusqu'ici, nous soutenions toujours les neuf mêmes manifestations. Il est important de pouvoir élargir le cercle des bénéficiaires, même modestement. Il ne peut pas s'agir d'une liste close. Le festival des Diablerets présente un potentiel de développement très intéressant.

Douze festivals ont déposé une demande, dont neuf étaient déjà soutenus. Comment expliquer ce nombre limité de candidatures ?

Certain·e·s pensent peut-être que le soutien est réservé aux festivals déjà retenus et qu'ils n'ont aucune chance. Je trouve cela dommage. Il existe aussi des critères que tous ne peuvent pas remplir, notamment les festivals créés depuis peu. Mais il est important de réexaminer régulièrement nos choix et nos priorités. C'est tout l'intérêt des appels à candidatures et des expertises externes. Nous avons d'ailleurs aussi réduit la période de soutien de quatre à trois ans, ce qui nous permet de faire évoluer nos choix plus rapidement.

Qu'est-ce qui fait, à vos yeux, l'importance nationale d'un festival : sa fréquentation, son rayonnement, la singularité de son offre ?

C'est la combinaison de ces éléments qui compte, avec un poids un peu plus important accordé à l'originalité et à la qualité des programmes. Le contenu reste essentiel. Cela permet aussi de reconnaître des festivals qui attirent un public plus restreint, mais présentent des films peu visibles ailleurs.

L'enveloppe reste fixée à 4 millions de francs par an. Comment répondre aux festivals qui souhaitent se développer avec un soutien qui n'augmente pas ?

Je comprends leur frustration. Mais nos moyens sont limités. Il faut aussi souligner que, contrairement à d'autres domaines culturels touchés par des mesures d'économie successives, nous avons pu maintenir l'enveloppe des festivals de cinéma.

Les montants demeurent largement inchangés au fil des ans. Comment expliquer les écarts entre festivals ?

Dans la situation financière actuelle, nous avons choisi de privilégier la stabilité, en attribuant aux festivals des montants similaires à ceux sur lesquels ils ont pu compter historiquement. Seul le Zurich Film Festival (ZFF) a un soutien qui baisse très légèrement.

En effet, le ZFF voit son soutien diminuer de 440'000 à 420'000 francs. Quels éléments de son évaluation ont motivé cette baisse ?

Nous avons communiqué les éléments déterminants au ZFF.

Comment les conditions de travail, les salaires et le bénévolat sont-ils pris en compte dans l'évaluation des festivals ?

Ces aspects entrent dans l'appréciation de la cohérence et de la durabilité de la stratégie de développement, ainsi que de l'utilisation des ressources. Nous examinons notamment l'équilibre du financement et la transparence de la gestion. Les expert·e·s rencontrent aussi les directions et les présidences des festivals lors d'auditions, afin de clarifier certains points. Si des questions restent en suspens, ils en tiennent compte dans leur évaluation. La qualité des programmes conserve le plus de poids, mais les autres aspects prennent de plus en plus d'importance.

Un festival peut-il rester petit et répondre pleinement aux attentes de l'OFC ? Ou doit-il toujours démontrer une capacité à grandir ?

Il doit montrer une capacité à se développer, mais cela n'a rien à voir avec sa taille. Il faut rester en phase avec son époque, répondre aux défis actuels et proposer de nouvelles offres. Pour l'avenir, nous devons veiller à ce que les festivals puissent conserver leur valeur et se développer. Mais cela nous ramène toujours à la question des moyens disponibles. ■

Réaction du Zurich Film Festival à la réduction de sa subvention

« Nous ne comprenons pas pourquoi notre contribution est aujourd'hui moins valorisée au sein du dispositif fédéral de soutien aux festivals de cinéma. Le Zurich Film Festival s'engage depuis de nombreuses années et avec constance en faveur du cinéma suisse, soutient les talents du pays et contribue au rayonnement international de la création cinématographique locale. Cette décision ne change rien à notre engagement : nous continuerons à soutenir la relève, à offrir une vitrine aux films suisses et à rendre le grand cinéma accessible au plus large public. » ■

Brosses à dents, montres, chocolat et assurances au service du cinéma

Les entreprises suisses sont nombreuses à soutenir les festivals de cinéma du pays, et leurs motivations sont quasi identiques. Si toutes mettent en avant des valeurs communes, le critère déterminant reste la visibilité.

Par Teresa Vena

Le nom de Julianne Moore sur un Toblerone géant, des brosses à dents Curaprox à motif léopard, des célébrités arrivant en limousine Mercedes-Benz : autant de placements de marques simples et très visibles dans les festivals de cinéma. Les partenariats avec l'hôtellerie, la restauration ou les transports permettent eux aussi de couvrir certaines dépenses. Mais pour financer des programmes entiers, les festivals ont besoin de soutiens supplémentaires.

Les sponsors d'hier s'apparentent aujourd'hui davantage à des investisseurs. Entreprises et institutions culturelles préfèrent d'ailleurs parler de « partenaires ». Une chose est sûre : on s'est éloigné du mécénat traditionnel, où les bailleurs de fonds, souvent anonymes, n'attendaient aucune contrepartie. « Un changement décisif s'est opéré », explique Raphaël Brunschwig, directeur général du Locarno Film Festival. « Aujourd'hui, un engagement doit s'inscrire beaucoup plus clairement dans la stratégie complexe de l'entreprise. » Selon lui, la visibilité ne suffit plus : les entreprises recherchent des affinités sur le fond et privilégient les projets communs.

Ces partenariats demandent davantage de travail. « Mais ils sont aussi plus porteurs de sens », souligne Raphaël Brunschwig. « Ils donnent lieu à un échange fructueux et généralement durable de compétences, d'expérience et de savoir-faire. » En 2025, les contributions de partenaires privés représentaient 39 % du budget du festival de Locarno.

La Mobilière compte parmi les principaux soutiens de Locarno et, comme à Visions du Réel, privilégie la jeunesse. « Les festivals de cinéma créent des espaces de rencontre et de dialogue », explique Marta Kwiatkowski, responsable de l'engagement sociétal de l'entreprise. À ses yeux, l'art et la culture sont des sismographes de la société. « La Mobilière veut contribuer à l'émergence d'une génération active. Nous voulons aider les jeunes à gagner en confiance et en résilience, afin qu'ils trouvent leur voie et puissent avancer dans la vie sur des bases solides. » La Mobilière assure ainsi depuis plusieurs années la programmation de la Rotonda, à Locarno, lieu de rencontre ouvert à un large public.

Swisscom tient un discours similaire. L'entreprise souhaite contribuer à la société suisse tout en renforçant sa réputation par un engagement culturel authentique. Partenaire de Locarno depuis près de 30 ans, elle décrit cette relation comme placée sous le signe de « l'innovation, de l'excellence culturelle et d'un dialogue porteur de sens ».

« Les entreprises sont désormais convaincues qu'en investissant dans la collectivité, elles peuvent exercer une influence tant économique que culturelle », explique Raphaël Brunschwig. Les partenaires peuvent aussi se développer ensemble, ajoute-t-il, citant la collaboration entre le festival et l'organisation touristique Ascona-Locarno.

« Ce que j'aime à Locarno, c'est l'atmosphère informelle du festival, où tout le monde est bienvenu. » Une ouverture que partage Swatch, affirme Carlo Giordanetti, représentant de la marque. Depuis plusieurs années, elle crée des montres inspirées du festival. Selon lui, les deux institutions partagent le même besoin de trouver de nouvelles sources d'inspiration. À Locarno, Swatch entend aussi affirmer son ancrage suisse et promouvoir les jeunes talents. Elle finance ainsi le First Feature Award, réservé à la relève cinématographique.

L'actrice Julianne Moore et son Toblerone géant.
© Eduard Meltzer / ZFF

Prudence

Voir autant de grandes marques suisses soutenir des festivals de cinéma est réjouissant. Force est toutefois de constater que leurs contributions se concentrent surtout sur les projets phares. Les entreprises recherchent avant tout à toucher un large public (ce qui explique leur attrait pour les festivals d'été) et jouent la prudence. Rien d'étonnant, dès lors, à ce qu'un festival consacré au cinéma d'horreur peine à trouver des soutiens. Les marques préfèrent être associées à des messages « positifs ».

Au fil des entretiens, un principe semble faire l'unanimité : les partenaires financiers ne doivent pas s'immiscer dans les orientations d'un festival. « Notre intégrité artistique n'est pas négociable », affirme Raphaël Brunschwig.

Les festivals doivent néanmoins pouvoir se reconnaître dans les valeurs des entreprises qui les soutiennent. Il faut parfois de véritables acrobaties rhétoriques pour justifier certaines collaborations. Si la fidélité du ZFF à Läderach a été de courte durée, Nestlé Waters figure en revanche encore parmi ses partenaires.

Une question revient inévitablement : les entreprises qui réalisent une part importante de leur chiffre d'affaires en Suisse n'ont-elles pas aussi la responsabilité d'investir dans la vie sociale et culturelle du pays (voir CB 557) ? Pourquoi davantage d'entreprises ne prendraient-elles pas exemple sur la Migros et son Pour-cent culturel ? ■

Texte original allemand

Le festival, un lieu où se crée du lien

Regarder des films ensemble, c'est aussi l'occasion de s'interroger sur soi-même et sur le monde. Les festivals spécialisés sont particulièrement révélateurs de nos comportements collectifs.

Par Teresa Vena

Des comédies à Vevey (VIFFF), des films sur la montagne et l'environnement à Stans (Bergwelten), de l'horreur à Brugg (Bruggore), du cinéma latino-américain à Genève (Filmar en América Latina) ou à Saint-Gall (Pantalla Latina), des films consacrés à la science (Global Science) ou aux droits humains à Genève (FIFDH), à Zurich (HRFF) et à Lugano (FFDUL), du cinéma tibétain (Tibet Film Festival), japonais (Ginmaku) ou iranien (IFFZ) à Zurich, kosovar (Kino Kosova) ou arabe (Orient Express) à Berne et à Zurich, du cinéma africain à Lausanne (Festival cinémas d'Afrique), des films sur les identités sexuelles à Genève (Everybody's Perfect), à Zurich (Pink Apple, Porny Days) et à Berne (Queersicht), de l'animation (Fantoche, Animatou, Lugano Animation Days) et des courts métrages à foison : autant de domaines, parmi bien d'autres, explorés par les festivals spécialisés en Suisse. Et la liste ne cesse de s'allonger : Lugano a accueilli cette année son premier festival de cinéma consacré à l'intelligence artificielle (Merge).

Au fil du temps, certains de ces festivals sont devenus de grandes institutions bénéficiant d'un large soutien public et employant un personnel nombreux. Beaucoup d'autres ont conservé des structures modestes, souvent associatives. Dotés de moyens financiers limités, ils ne tiennent que grâce à un fort engagement personnel. Nombre de ces festivals ont été créés à l'initiative de personnes issues des cultures qu'ils mettent à l'honneur ou qui étudient depuis longtemps les thématiques abordées. Autant de raisons qui les incitent à s'investir bénévolement.

Un miroir pour la communauté

La création de ces festivals répond généralement au désir de combler un manque dans l'offre culturelle. À Zurich, les femmes à l'origine du Black Film Festival ont ainsi constaté que les films de cinéastes noir·e·s étaient rarement projetés dans les salles suisses et difficiles à trouver en ligne. Le festival permet de mettre en lumière des questions et des cinéastes qui, autrement, passeraient inaperçus. Il offre aussi un espace protégé où les participant·e·s se côtoient d'égal à égal. En devenant des lieux de rencontre et d'échange, les festivals spécialisés contribuent à affirmer l'identité d'une communauté.

Lors du Look & Roll, à Bâle. © Look & Roll

Certains voient aussi naître leurs propres rituels. C'est notamment le cas au festival du film de genre de Neuchâtel, qui attire un public de fidèles depuis de nombreuses années. Le public y ponctue les publicités et le générique de cris scandés en chœur, mettant d'emblée la salle dans l'ambiance. À Cannes, le public réagit bruyamment au générique d'ouverture, et les fins de projections sont parfois accompagnées de huées. Les festivals de films de genre semblent particulièrement propices à cette atmosphère décomplexée, comme à Sitges ou au BIFFF, à Bruxelles. Mais au BIFFF, cette liberté a aussi son revers : le public y commente à voix haute chaque scène, sans exception, assez souvent de manière sexiste ou politiquement déplacée. Si l'on peut se réjouir de l'expérience partagée, la pression du groupe peut aussi conduire à des dérapages.

« Nous espérons devenir un jour superflus », déclarait Brianna Deeprose lors de Look & Roll, festival bâlois qu'elle codirige avec Nicole Schmid. Organisé tous les deux ans, le festival présente des films réalisés par et avec des personnes en situation de handicap. Dans l'idéal, ces œuvres trouveraient leur place au cinéma, à la télévision et dans les festivals pour leurs seules qualités artistiques. Mais nous n'en sommes pas encore là, et cette plateforme reste donc nécessaire. Le festival fait par ailleurs preuve d'une attention exceptionnelle aux besoins de son public, afin de rendre l'inclusion véritablement possible.

Faire tomber les préjugés

Look & Roll invite à s'interroger sur soi-même, à faire preuve de patience envers les autres, mais aussi envers soi. En proposant d'autres perspectives que celles des algorithmes, le festival ouvre de nouveaux horizons. Pour peu qu'on se prête au jeu, on peut commencer à se défaire de ses préjugés. Une ouverture d'esprit dont le milieu du cinéma pourrait lui aussi profiter. Le chef opérateur Stanko Pavlica, lui-même sourd, se réjouit de toute occasion de montrer que les personnes en situation de handicap possèdent des compétences professionnelles équivalentes à celles des autres. « En attendant, je m'emploie à faire changer les mentalités. » ■

Texte original allemand

Au Zurich Summit, le cinéma face au pouvoir des plateformes

YouTube et TikTok se présentent comme les alliés d'un cinéma en quête de public. Au dernier Zurich Film Festival, leurs promesses ont aussi posé une question plus large pour tout le secteur : qui garde encore la main sur la découverte des films et l'attention des spectateur·trice·s ?

Par Adrien Kuenzy

Kane Parsons vient précisément de l'univers dont il pointe ici certains effets. Le réalisateur de « Backrooms » s'est fait connaître sur YouTube avant de passer au long métrage avec A24, studio indépendant américain. Il a 21 ans. Lorsque la discussion porte sur la préférence supposée de sa génération pour les formats courts, Kane Parsons conteste l'idée. Cette consommation serait plutôt « encouragée par les algorithmes », estime-t-il. Les jeunes « n'aiment pas que leur capacité d'attention soit entraînée dans cette spirale » de contenus très courts. Il évoque à l'inverse le fait d'entrer dans une salle, sans interférence extérieure, pour regarder une seule chose. « Je pense que cela ralentit le rythme d'une manière qui fait du bien. »

Le propos tombe au Zurich Summit, le rendez-vous professionnel du Zurich Film Festival. Le matin, on parle intelligence artificielle, YouTube, TikTok et économie des créateur·trice·s. Une préoccupation revient pourtant sans cesse : le public. Comment l'atteindre ? Un paradoxe se dessine : pour ramener les spectateur·trice·s vers les films, le secteur compte sur les plateformes qui captent déjà leur attention.

Les plateformes promettent le public

D'abord YouTube. Andreas Briese, directeur en Allemagne et pour l'Europe centrale et du Nord, assure que la plateforme n'est pas là pour remplacer le cinéma, mais pour l'« amplifier ». Selon lui, les professionnel·le·s apportent les contenus, les talents et l'innovation, tandis que YouTube met à disposition sa plateforme mondiale, son audience, ses outils de gestion des droits et plusieurs sources de revenus. Il insiste aussi sur les données. Savoir qui regarde, quand, et à quel moment le public décroche. « Un·e créateur·trice YouTube est un·e artiste le jour, mais un·e analyste de données la nuit. »

TikTok prend la suite. Hasmik Matinyan, responsable des partenariats avec le secteur du divertissement dans l'espace germanophone, affirme que plus de 90 % des publications consacrées aux films et aux séries sur la plateforme sont produits par des fans et des créateurs·trice·s, plutôt que des comptes officiels des acteurs du secteur. Pour « Backrooms », distribué en Allemagne par Constantin Film, Hasmik Matinyan cite une analyse du distributeur, dont la méthode n'est pas détaillée : un·e spectateur·trice du film sur trois se serait rendu·e en salle grâce à TikTok.

Chez Constantin Film, le sujet ne s'arrête pas à la promotion. Oliver Berben, directeur général du studio, estime qu'il faut associer les communautés bien plus tôt, dès le développement. Il prévient toutefois qu'une grosse audience ne garantit rien : l'engagement compte davantage que le nombre de *followers*. Directrice stratégique de DDA, Julie La'Bassiere explique ne plus imaginer une campagne de divertissement sans des plateformes comme TikTok, Instagram ou YouTube.

La bataille pour le temps

Après la pause de midi, Bill Kramer, directeur général de l'Academy of Motion Picture Arts and Sciences, revient sur le passage des Oscars sur YouTube dès 2029. La cérémonie sera diffusée gratuitement dans le monde entier, dans plus de 30 langues. Pour Bill Kramer, le choix s'impose presque de lui-même : « Il semble presque risqué de ne pas le faire. »

Atteindre le public ne suffit toutefois pas à assurer aux films une place durable. Coprésident de Sony Pictures Classics, Michael Barker dit de son côté voir les 20-30 ans aller en salle, y compris pour des films qui ne sont pas des *blockbusters*. « Si les cinémas disparaissent, la culture cinématographique disparaîtra elle aussi. Même sans gros box-office, ajoute-t-il, certains films deviennent des *evergreens* ». Leur passage en salle leur permet aussi de s'installer dans le temps.

Reste à faire une place à cette expérience dans un quotidien où les plateformes captent déjà une partie de l'attention. Sur TikTok, la recommandation compte énormément, explique Kevin Mayer. Ancien dirigeant de Disney puis de TikTok, aujourd'hui codirecteur général de Candle Media, il décrit un algorithme capable d'adresser un contenu à chacun·e avec une grande précision. Même de très courtes vidéos, parfois « pas de très grande qualité », peuvent devenir « extrêmement captivantes ». « C'est dommage à bien des égards, mais c'est aussi un fait. C'est là que le temps et l'attention des jeunes se sont portés. »

Interrogé sur la protection des plus jeunes, Kevin Mayer rappelle qu'il s'est beaucoup penché sur la question lorsqu'il dirigeait TikTok. Il cite la Chine, où le temps que les enfants peuvent passer sur Douyin, la version chinoise de TikTok, est limité. Une mesure qu'il juge « extrêmement positive ». « Tout l'écosystème est responsable, mais en premier lieu les plateformes elles-mêmes », estime-t-il. Une réglementation est, selon lui, « absolument nécessaire ». La réserve de Kane Parsons prend alors tout son sens : attirer les jeunes vers les films suppose aussi de leur laisser une attention disponible pour les regarder. ■

Au Zurich Summit, une table ronde explore les effets de l'IA sur la création.
© Tim Hughes / ZFF

Texte original français

Gilles Jobin

Figure de la danse contemporaine suisse basée à Genève, Gilles Jobin fait du virtuel un espace chorégraphique depuis dix ans. Après la Mostra de Venise, il présente au Geneva International Film Festival (GIFF) « Sunset Motel », créé avec le dessinateur Thomas Ott. L'artiste défend sa liberté de création et pointe les obstacles à la diffusion et à la survie des œuvres.

Par Adrien Kuenzy

Qu'aviez-vous envie de raconter, avec Thomas Ott, dans ce motel au milieu du désert ?

Son carnet de voyage *Route 66* m'a beaucoup inspiré. Nous sommes partis de ce monde des motels un peu louches, où l'on se demande qui sont les client·e·s et quelles sont leurs histoires. Les œuvres de Thomas sont sans dialogue, comme mon travail de chorégraphe, mais elles restent assez narratives. Dans une case, il peut attirer l'attention sur une liasse de billets ou une bible sur la table de chevet. En VR, nous ne pouvons pas vraiment faire ce focus, puisque nous ne connaissons pas la position du participant ou de la participante dans l'espace. Nos premiers scénarios étaient plus narratifs, mais butaient sur cette difficulté à cadrer. Nous avions envisagé un parcours où le·la spectateur·trice passait d'une chambre à l'autre, mais je trouvais cela dommage, car ce qui est beau en VR, c'est de pouvoir se déplacer et faire ses propres choix. Nous avons testé beaucoup de scénarios. Finalement, Thomas l'a dit lui-même : « Ça fonctionne quand vous dansez. » Sans dialogue, sans hors champ et sans gros plans, c'est le langage chorégraphique qui est signifiant.

D'où vient le trouble que suscite la proximité des personnages ?

Ils ont des gueules très marquées. Le côté inquiétant, c'est la particularité de l'univers graphique de Thomas Ott. Nous avons choisi de ne pas animer les yeux ni les mains, ce qui donne quelque chose d'assez brut. Comme s'il s'agissait de marionnettes, il faut diriger leurs mouvements pour que, malgré leurs yeux fixes, ils se regardent et soient présents. Je pense que le trouble vient de cette mise en mouvement par des êtres humains. Nous avons beaucoup soigné la qualité du geste et la fluidité de la capture, c'est ce qui contribue à rendre ces personnages si vivants et présents.

Qu'a changé Nadasdy Film, une société de production spécialisée dans l'animation, dans votre travail ?

En fait, assez peu de choses. Je produis tout dans mon propre studio avec de la haute technologie, du développement à la conception, de la réalisation à la postproduction et avec une équipe 100 % locale. Je collabore avec l'artiste 3D Tristan Siodlak depuis dix ans, Adryan Barrilliet se charge du développement et de la capture de mouvement et, si Susana Panadés Diaz est notre interprète principale, elle se charge aussi de l'intégration de cette capture dans le moteur 3D. Je danse moi-même dans la pièce et travaille avec des danseur·euse·s avec qui j'ai l'habitude de créer. Nous n'avons pas besoin d'un producteur au sens traditionnel. D'ailleurs je ne connais pas d'autre compagnie de danse dans le monde qui possède son propre studio de capture de mouvement et un développeur permanent !

Quels obstacles rencontrez-vous pour produire et montrer vos œuvres ?

Je dirais qu'un financement calqué sur celui du cinéma est inadapté à la création XR. On devrait davantage s'inspirer du fonctionnement du spectacle vivant, où les créateur·trice·s sont aussi les porteur·euse·s de projet, et donc des producteur·trice·s. Si la collaboration avec Nadasdy Film s'est bien passée, on a vu en Suisse romande beaucoup de projets retardés à partir du moment où des producteur·trice·s se sont positionné·e·s en intermédiaires. Ces dernières années, en Suisse romande, on a surtout augmenté les structures administratives « pour le digital », ce qui n'a pas fluidifié les capacités de création, bien au contraire. Ces nouvelles structures sont des machines administratives, pilotées par des salarié·e·s, et on ne compte plus les projets XR romands retardés, à l'image aussi de « Sunset Motel », qui aurait dû sortir en 2025. Quant à la disparition en 2026 du soutien aux expériences numériques de Cinéforom, on a littéralement coupé l'herbe sous les pieds d'un écosystème hyper innovant, une décision incompréhensible de la part de son Conseil de fondation. Du côté de la diffusion, si depuis 2017 mon travail a été sélectionné trois fois à Sundance et trois fois à Venise, avec cinq créations différentes et qui ont fait le tour du monde, c'est ma première invitation au GIFF.

© Cie Gilles Jobin

Quelles difficultés rencontrez-vous plus particulièrement à Genève ?

Les œuvres créées à Genève y sont peu ou pas présentées et, du côté du spectacle vivant, je n'arrive pas à mobiliser des structures pour relayer nos créations. Cet été, au Festival d'Avignon, nous avons installé notre système et montré notre travail ainsi que celui d'artistes XR genevois·e·s résident·e·s de notre Studio 44 MocapLab, et au mois d'août, nous avons déplacé notre système à Bangkok pour un projet de capture de mouvement impliquant neuf pays d'Asie du Sud-Est. Nous créons en flux tendu et nous participons à la formation des « nouveaux métiers » du spectacle vivant. On emploie des designers interactif·ve·s formé·e·s à l'ECAL ou à la HEAD, mais à part Focal, aucune école ni formation professionnelle ne profite de nos compétences. On intervient plus facilement à l'Arizona State University, à Los Angeles, qu'à Lausanne ou à Genève. Paradoxalement, à Genève, on se sent un peu isolé·e·s, alors que, dès que l'on passe la frontière, on présente notre travail comme unique et hyperinnovant.

Et Mind the Gap, le fonds de soutien complémentaire à la production du Pôle de création numérique ?

Je n'y ai pas accès en tant que producteur, ma compagnie étant considérée comme une institution, au même titre que la Comédie de Genève ou l'Arsenic, alors que je suis une compagnie indépendante. Cela démontre une grande méconnaissance de la réalité du spectacle vivant, mais surtout, en disqualifiant les compagnies de danse et de théâtre conventionnées en Suisse romande, on exclut les artistes les plus diffusé·e·s et les plus internationaux·ales. Malgré notre palmarès international et l'activité de notre studio, un fonds dont l'objectif est de soutenir la création numérique et d'améliorer les conditions de création des acteurs du numérique à Genève nous exclut par un règlement exclusif plutôt qu'inclusif. Pour que Mind The Gap participe au financement de « Sunset Motel », il a fallu passer par un producteur, qui a lui-même été forcé de nous salarier.

La Mostra de Venise vous a-t-elle permis de trouver un distributeur ?

Oui, Diversion va s'occuper de la distribution internationale de « Sunset Motel » et nous avons reçu de nombreuses propositions de participation à des festivals internationaux, dont le GIFF. Mais une distribution sur les casques personnels est pratiquement inexistante. Les œuvres VR circulent dans les festivals, des programmations hybrides, parfois dans des musées ou des bibliothèques. Dans les festivals comme Venise ou le GIFF, le grand public a de la peine à obtenir des places pour les œuvres VR. Cela nous pousse à nous demander s'il faut continuer à produire en VR ou chercher des formats plus accessibles. La VR reste à mon avis un médium formidable, mais sa diffusion est un angle mort.

Comment préserver l'exploitation de « Sunset Motel » dans la durée ?

C'est difficile à dire. Nous avons choisi de travailler sur un seul modèle de casque autonome, le Meta Quest 3, mais un portage sur l'Apple Vision Pro ou son concurrent chinois Pico, des appareils beaucoup plus performants, serait envisageable, mais leur coût reste prohibitif. Meta va sortir un nouveau modèle de casque VR, mais pour quelle adoption grand public ? Et qui va financer ces portages ? L'obsolescence programmée est un vrai problème, même pour une technologie développée à Genève. « VR_I » (2017, ndlr), créé grâce à la technologie immersive développée par Artanim, a dû être décommissionné après trois ans parce que la technologie était devenue propriété de Dreamscape Immersive qui en revendiquait l'exclusivité. Notre contrat de trois ans n'a pas été renouvelé, et même si nous diffusions en autonomie et avec notre propre équipement, fin octobre 2020, nous avons perdu le droit d'utiliser la technologie alors que l'on aurait pu tourner au moins deux ou trois ans de plus. « Magic Window » (2019), une pièce en réalité augmentée créée pour l'Aula des Cèdres à Lausanne, a brutalement cessé de fonctionner quand l'entreprise américaine qui nous avait vendu une petite partie de la technologie a été vendue à Roblox. Sans nous prévenir, ils ont tiré la prise du serveur dont dépendait notre pièce ! Heureusement, avec l'aide de l'État de Vaud, nous sommes en train de la reconstruire. Ce sont ces mésaventures qui m'ont décidé à m'équiper et à développer notre travail en autonomie. Mon conseil aux artistes qui se lancent dans la XR est de faire très attention aux licences exclusives. Je ne suis pas le seul artiste à m'être retrouvé le bec dans l'eau…

Où en est « Marta Becket's Death Valley », votre projet de documentaire immersif présenté au Venice Production Bridge de la dernière Mostra de Venise ?

Le projet a suscité énormément d'intérêt ! Mais j'attends surtout la décision de la dernière session de financement de Cinéforom, sinon, les carottes sont cuites ! Ce serait dommage, car à travers cette pièce, il s'agit de préserver un lieu et l'œuvre d'une chorégraphe américaine qui s'est isolée dans une ville fantôme au cœur du désert de Death Valley, en 1968, et a entièrement peint à la main l'intérieur de l'Amargosa Opera House. Une histoire extraordinaire. Nous avons scanné le lieu en 3D, aussi pour le préserver – le désert est sans pitié et un jour, ce théâtre finira par s'écrouler. Nous remettons Marta Becket sur scène à partir d'images vidéo « rotoscopées » très artisanalement. ■

RELÈVE

Écoutez le podcast de Cinébulletin dédié à la relève du cinéma suisse.

CB
CINEBULLETIN

L'intimité à fleur de pierre

Par Laurine Chiarini

© Anna Perger | Idle Eye

Naomi Pacifique | Image tirée de « in the heart there is a stone ».

Naomi Pacifique présente son dernier film, « in the heart there is a stone », aux Kurzfilmtage de Winterthour. La jeune femme poursuit son exploration de l'intimité, de l'intuition et de notre rapport à la nature dans ce court métrage tourné au creux des courbes de la Vallemaggia.

Entre une enfance lausannoise sur les bancs de l'École Internationale et une famille aux racines turques, russes, suisses et néerlandaises, l'Helvético-Néerlandaise Naomi Pacifique a des racines aux quatre coins du monde. Avant l'écran, c'est entre les pages des livres que sa passion s'est d'abord glissée. Un bachelor en littérature de l'Université d'Exeter, puis un master de l'Université d'Oxford en poche, c'est un peu par chance, un peu par pragmatisme, mais toujours avec passion, qu'elle se tourne vers le cinéma. Se destinant initialement à un doctorat en littérature, elle postule en parallèle à la London Film School, où elle est acceptée. Si vivre du cinéma est difficile, vivre de sa plume l'est encore plus : c'est sur les conseils d'un collègue de sa mère, rédacteur à l'ONU, qu'elle opte définitivement pour le septième art.

Artiste multidisciplinaire, elle ne suit dans son expression qu'un seul fil rouge : celui de la liberté. Musicienne, poète, créatrice visuelle touchant à la photo, à la peinture et au collage, la jeune femme a cocréé sa société de production, Idle Eye, à Londres en 2019. Se mettant en scène dans ses propres films, elle se considère cependant comme « non-actrice », et n'envisagerait pas de jouer des personnages trop éloignés de sa personnalité. Parmi ses inspirations, elle cite Jacques Tati, Chantal Akerman ou encore Maya Deren, qui parviennent dans leurs films à utiliser l'essence de leurs propres corps pour raconter une histoire. Privilégiant le format 4:3, qui lui permet de montrer au mieux les relations entre les éléments et d'effleurer au plus près la surface d'une nature sensorielle, elle explore avant tout l'intimité, sorte de proscenium entre humains et humaines qu'elle décrit comme un espace « à l'opposé du pouvoir des genres », état totalement honnête et vulnérable, mais aussi miroir dans lequel se retrouve le public.

Sincèrement reconnaissante de l'existence d'une industrie des festivals où les films expérimentaux ont leur place, elle a pu, grâce au Pardino d'argento gagné à Locarno en 2021 avec son film de fin d'études « after a room », quitter deux mois durant son travail d'employée dans une société de production pour se consacrer uniquement à son court métrage suivant.

Trois ans plus tard, elle est de retour à Locarno, cette fois comme participante à la Spring Academy, alors qu'elle travaille sur son premier long métrage « after the night, the night ». Si ce film n'a pas encore vu le jour, c'est le Tessin, encore, qu'elle a choisi comme décor pour son dernier film « in the heart there is a stone », présenté à Winterthour et éligible à la fois dans les catégories suisse et internationale. Sculptrice, l'une de ses grands-mères disait pouvoir communiquer avec les pierres, concept aux antipodes de son éducation occidentale. Un séjour en Amazonie, entre montagne et spiritualité, va transformer son regard : les paroles de son aïeule prennent alors tout leur sens. À la lumière de cette réalisation, le titre de son dernier court métrage prend une nouvelle résonance. ■

30 ans des Kurzfilmtage

Ce qui avait commencé comme un ciné-club entre amis à Winterthour est devenu, 30 ans plus tard, l'un des festivals de courts métrages les plus importants d'Europe. De deux jours à sa création, il propose aujourd'hui une programmation étendue sur six jours. Au milieu d'une offre culturelle limitée, la manifestation cherchait à s'approprier sa propre identité face à sa voisine zurichoise, un peu comme le New Jersey face à New York, explique John Canciani, directeur artistique. Proposant essentiellement des films suisses à l'origine, le festival affichait également à son programme quelques œuvres polonaises, « car l'un des membres du comité était passionné des films de ce pays ». Aujourd'hui, la programmation compte quelque 200 entrées en provenance du monde entier et réunit plus de 18'000 spectateurs et spectatrices. Lorsqu'il ne bat pas son plein, le festival met en place de nombreuses collaborations, notamment Fantoche ou la Tournée de la Nuit du Court métrage. Plateforme de lancement pour un grand nombre de cinéastes, il offre un espace moins hiérarchisé que les rendez-vous plus traditionnels, propice au développement de leur travail et de leur réseau. ■

Texte original français

Sans perdre son regard

À Venise, où le Venice Production Bridge mettait la Suisse à l'honneur, trois cinéastes ont interrogé la place de l'anglais dans leur cinéma. Si cette langue ouvre la voie à d'autres interprètes et à de nouveaux publics, elle doit d'abord s'imposer par l'histoire.

Par Adrien Kuenzy

Nick Vivarelli et Ursula Meier lors du débat sur la place de l'anglais dans le cinéma suisse. © Ph. Alessio Miraglia – Courtesy Archivio Storico La Biennale di Venezia

Des voitures accidentées, photographiées par un policier du canton de Nidwald. C'est devant les images d'Arnold Odermatt, policier et photographe, qu'Ursula Meier, réalisatrice et scénariste, a trouvé l'inspiration de « Quiet Land », son prochain long métrage, en préparation. Dans ces scènes qui la fascinent, elle voit à la fois le tragique des accidents et le burlesque de situations dont on peine à comprendre comment elles ont pu se produire. Mais la fiction qu'elle imagine se déroule au Montana. Son personnage principal est un policier américain septuagénaire qui enquête sur des accidents inexplicables. « J'aime l'idée que le point de départ soit ancré en Suisse, puis de le transposer », explique-t-elle.

L'anglais serait-il la nouvelle langue du cinéma suisse ? Swiss Films posait la question lors de la table ronde « Beyond Borders : English as the New Language in Swiss Cinema ? ». La rencontre se tenait au dernier Venice Production Bridge, le volet professionnel de la Mostra. Aux commandes, Nick Vivarelli, journaliste à *Variety*. Une ouverture artistique ? Un levier de financement ?

La langue de l'histoire

L'envie de toucher un public plus large ne suffit pas à justifier une langue. Tim Fehlbaum, réalisateur et scénariste, en a fait l'expérience avec « Tides » (2021), son deuxième long métrage. « Avec le recul, je pense que ce n'était pas une bonne idée, parce que cela ne venait pas de l'histoire », reconnaît-il. En revanche, pour « September 5 », présenté à Venise en 2024, le choix de l'anglais a découlé du point de vue adopté.

Une première version du scénario sur la prise d'otages des athlètes israéliens aux JO de Munich en 1972 comptait, selon le cinéaste, 180 pages, majoritairement en allemand. Elle croisait les points de vue des policiers, des responsables politiques et des journalistes. Face aux réticences des producteurs et à ses propres hésitations, Tim Fehlbaum recentre, avec son coscénariste, le récit sur l'équipe de télévision américaine chargée de couvrir les Jeux. L'action se concentre désormais dans les locaux de la chaîne. La contrainte financière contribue cette fois à trouver la forme du film. « Ce n'était pas de l'anglais pour de l'anglais. »

Une vedette internationale peut aussi faciliter le financement, sans simplifier toute l'équation. Michael Koch, réalisateur et scénariste, le constate avec « Erosion », tourné en 2025 et alors en post-production. Le rôle principal revient à l'acteur américain Peter Sarsgaard. Le montage financier est allé vite, raconte Michael Koch, mais les sommes à réunir étaient aussi plus importantes. Il souligne surtout que le projet a été possible parce que Peter Sarsgaard tenait à y participer.

D'où regarde-t-on ?

Pour « Erosion », l'anglais sert précisément à observer le pays autrement. Peter Sarsgaard incarne un neurochirurgien travaillant à Bâle, dont le parcours le conduit auprès d'une famille de montagnard·e·s. Face à lui, des paysan·e·s suisses qui jouent sans être comédien·ne·s professionnel·le·s. Après « Drii Winter » (2022), Michael Koch change de perspective. « Je voulais cette fois regarder ce monde avec les yeux d'un étranger. »

Ursula Meier déplace, elle, son récit. Sa collaboration avec l'actrice Gillian Anderson sur « L'Enfant d'en haut » (2012) a nourri son envie de travailler avec des interprètes américain·e·s. « J'aime la manière dont ils incarnent un personnage. C'est physique. » Pour « Quiet Land », dont elle vient compléter le financement à Venise, elle annonce un tournage un an plus tard entre le Canada et la Suisse. Les grands espaces doivent aussi élargir ses possibilités narratives. « Je me sens peut-être plus libre dans mon imagination. »

Un film de commande américain serait-il pour autant envisageable ? La question de Nick Vivarelli fait apparaître une limite. Ursula Meier s'y dit favorable, à condition d'y trouver une connexion profonde avec son cinéma. Michael Koch est plus réservé. « J'ai vraiment besoin de mon lien personnel avec l'histoire, avec mon environnement, pour ne pas raconter les choses à travers des clichés. »

Le risque est aussi de filmer une Amérique connue uniquement au travers des films. Tim Fehlbaum le reconnaît lorsqu'il évoque des scénarios qu'il a refusés. Pour « September 5 », le traducteur américain a ainsi apporté davantage que des mots justes. Son expérience a permis de corriger certains clichés. Chez Ursula Meier, les dialogues de « Quiet Land », écrits en français puis traduits, ont été retravaillés plusieurs jours avec l'interprète principal. Peter Sarsgaard a, lui aussi, participé au récit d'« Erosion ». « Il a influencé assez fortement le scénario », relève Michael Koch. Préserver son regard ne signifie pas travailler seul. ■

Interprètes IA : numériques et dociles

Tilly Norwood, première actrice au monde générée par IA, sème la panique dans l'industrie cinématographique occidentale. La Chine, elle, produit depuis le début de l'année 95 % de ses séries avec des interprètes exclusivement numériques.

Par Teresa Vena

Elle veut secouer les esprits. À ses yeux, le cinéma risque de rester en marge des avancées de l'IA et de se laisser distancer ; il faudrait plutôt explorer ce que la technologie permet déjà et se l'approprier. « Je vois Tilly comme une interface entre technologie et divertissement. »

En 2025, Eline Van der Velden dévoilait au Zurich Film Festival Tilly Norwood, conçue par sa société de production londonienne Particle 6 et présentée comme la première actrice générée par IA au monde. Du moins à la connaissance de la population occidentale. Admiré pour l'avancée technologique qu'il représente, le projet s'attire aussi de vives critiques sur le plan éthique comme sur celui de la politique cinématographique. Un an plus tard, de retour au Zurich Summit, Eline Van der Velden affiche sa satisfaction : le chiffre d'affaires de Particle 6 aurait été multiplié par huit et les demandes liées à l'IA dans le cinéma auraient afflué. Beaucoup de ces curieux et curieuses exigeaient toutefois de rester strictement anonymes.

L'Américain Rob Minkoff, qui a réalisé plusieurs films d'animation pour Disney, n'hésite pas, lui, à collaborer avec Particle 6. Il sera aux commandes de « Storm Dogs », premier long métrage de la société, sur un scénario de Particle 6 et avec des images générées par IA – avant que Tilly ne joue dans son propre film. Eline Van der Velden parle, elle, d'« animation photoréaliste », une façon habile de devancer les critiques sur cette esthétique légèrement décalée, aux couleurs mates et à la patine peu contrastée. Le film raconte les aventures d'une fillette de 2 ans et d'un groupe de chiens. « Personne n'a vraiment envie de travailler avec des animaux ou des enfants quand on peut l'éviter », glisse Eline Van der Velden.

Docilité

Personne non plus ne tient à travailler avec des interprètes qui ont leurs mauvais jours, se retrouvent mêlé·e·s à des scandales, défendent leurs droits avec un peu trop de vigueur, refusent certaines choses, diffusent des messages politiques ou sont tout simplement trop « compliqué·e·s ». Avec Tilly Norwood, aucun risque. Elle garde pour elle son opinion sur Trump et réprime la moindre perspective féministe. Elle ne proteste pas non plus lorsqu'un présentateur lui demande : « Est-ce que tu te déshabillerais si tu avais un corps ? » ou « Tu préférerais sortir avec moi ou avec mon collègue ? » L'émission britannique *Piers Morgan Uncensored* a donné un premier aperçu de Tilly, dont les propos ressemblaient souvent à des articles Wikipédia lus à voix haute. Ses réponses, toujours très courtes, tournaient parfois en boucle. Elle surprenait pourtant parfois par une pointe d'ironie.

La créatrice de Tilly esquive elle aussi certaines questions éthiques, dont celle des canons de beauté traditionnels que son personnage contribue à renforcer. En effet, Tilly n'a rien d'un personnage moyen, et ce n'est pas un hasard si elle est jeune, blanche et séduisante.

Tilly elle-même assure en tout cas ne pas faire concurrence aux acteur·trice·s en chair et en os. Eline Van der Velden insiste elle aussi : « Bien sûr, utiliser l'IA ne veut pas dire qu'il n'y a plus d'êtres humains derrière un projet. Et je ne cherche certainement pas à remplacer les interprètes. »

Pertes d'emplois

En Chine, cette nouvelle réalité est déjà bien installée. Le complexe de studios de Hengdian, qui s'étend sur plus de 3,3 kilomètres carrés, s'est vidé du jour au lendemain. ByteDance, le groupe derrière TikTok, est à la pointe de la production de microdrames pour smartphones (voir CB 555) et en produit désormais 95 % avec des interprètes générés par IA. À la clé, des productions dix fois moins chères et des revenus qui se multiplient.

En trois mois, 130'000 séries ont été mises en ligne, soit plus de trois fois le total de l'année précédente. Qui donc est censé regarder tout ça ? Les contenus et les personnages semblaient interchangeables avant même cette évolution. Les utilisateurs et utilisatrices commencent d'ailleurs à se lasser de voir toujours les mêmes visages.

Alors que beaucoup se sont retrouvé·e·s au chômage du jour au lendemain, certains interprètes déjà bien établi·e·s y voient aussi des possibilités : pouvoir mener davantage de projets de front ou, comme Lawrence Ng, apparaître à l'écran tels qu'ils étaient à 20 ans.

Plusieurs interprètes ont déjà obtenu gain de cause en justice après que des sociétés de production ont utilisé leurs avatars numériques sans leur consentement ou en ont créé d'autres qui leur ressemblaient fortement. Ces affaires montrent surtout l'urgence de légiférer, notamment pour imposer une identification claire des contenus générés par IA.

À Zurich, Eline Van der Velden a laissé échapper cette phrase : « La Chine est un partenaire majeur. » Elle n'a pas souhaité en dire davantage. ■

Tilly Norwood © Tim Hughes / ZFF

Texte original allemand

Who's who ?

© DR

Elena Stern dirige depuis juin 2026 la communication du Zurich Film Festival. Elle supervise les relations publiques, la rédaction, les réseaux sociaux ainsi que la photo et la vidéo du festival. En 2024, elle est entrée au ZFF comme responsable des réseaux sociaux, alliant ainsi sa passion de longue date pour le cinéma à son expertise professionnelle. Auparavant, de 2018 à 2024, elle a été employée à la communication de Swiss International Air Lines et de Flughafen Zürich, notamment en tant que porte-parole, responsable des réseaux sociaux et au sein de la communication stratégique. ■

© FIFF/ThomasDelley

Gerhard Andrey prend la présidence du Festival international du film de Fribourg, succédant à Mathieu Fleury. Il est conseiller national fribourgeois et entrepreneur dans la publicité et l'informatique. Depuis 2018, il est cofondateur, avec le musicien fribourgeois Pascal Vonlanthen, alias Gustav, et président de l'Académie suisse des musiques actuelles, La Gustav. Il exerce plusieurs fonctions bénévoles dans les secteurs culturel et politique et s'engage à la croisée du social et de l'éducation, notamment dans ses activités chez LerNetz. ■

© DR

Gautier Chiarini est le nouveau directeur administratif du FIFDH. Il a démarré sa carrière professionnelle en 2005 à l'ambassade de Suisse à Pékin, d'abord comme conseiller, puis comme conseiller aux droits humains et responsable du département culturel. Après dix ans dans la capitale chinoise, il a rejoint Pro Helvetia à Zurich, où il a pris la direction des centres culturels et du réseau international des bureaux de liaison. De 2018 à la fin de 2025, il a mis sur pied et dirigé la Fondation Opale à Lens (VS). L'institution se consacre à la reconnaissance et à la promotion de l'art contemporain des peuples autochtones d'Australie en Europe. ■

© Tim Hughes/ZFF

Après la démission de Doris Fiala, **Martin Moszkowicz** prend la présidence du conseil d'administration du Zurich Film Festival. Il a longtemps présidé le directoire de la société de production allemande Constantin Film et a produit plus de 300 projets de cinéma et de télévision. Depuis 2019, il dirige la filière Production et économie des médias à l'École supérieure de cinéma et de télévision de Munich. En 2024, il a intégré pour la huitième fois de suite le Variety 500, qui distingue les principaux dirigeants mondiaux de l'industrie des médias et du divertissement. ■

© DR

Erika Burri dirigera dès le 1er novembre l'Alliance des producteurs et productrices suisses APS, créée par les anciennes associations GARP et SFP. Journaliste et productrice TV expérimentée, elle créera le secrétariat et le représentera auprès des politiques, des autorités et des partenaires du secteur. Erika Burri a étudié les relations internationales, la politique, l'histoire économique et la communication. Elle était dernièrement journaliste à l'international, notamment sur la France et les États-Unis, à la *Neue Zürcher Zeitung*. Elle a travaillé des années à la télévision suisse SRF et a été coresponsable des émissions *Schawinski* et *Club*. ■

© DR

Laura Kerstjens a été élue présidente de l'Alliance des producteurs et productrices suisses APS en juillet 2026, lors de son assemblée constitutive. Laura Kerstjens était auparavant secrétaire générale de la SFP. Avant de suivre sa formation d'avocate, elle travaillait dans le conseil aux entreprises et guidait des institutions du secteur public, surtout les administrations cantonales et fédérales. Depuis plusieurs années, elle exerce en tant qu'avocate, surtout en droit du travail, de la famille, des médias et en droit d'auteur. Elle conseille aussi les producteurs et productrices de films sur toutes les questions de droit du cinéma. ■

Texte original français

De l'impérieuse nécessité

Par Pablo Callisaya, cinéaste

Dans le cinéma suisse alémanique contemporain, j'observe quatre motifs récurrents. Des histoires dont le sujet suffit à établir l'importance, sans que le film lui-même ait à la démontrer. Le film est considéré comme important en raison de son sujet, non de sa forme. Pour nous, cinéastes, la tentation est grande de choisir des sujets dont l'urgence ne fait aucun doute. Lorsqu'un dossier ne démontre pas la pertinence sociale exigée, obtenir un soutien devient difficile. Pourtant, un sujet pertinent ne garantit pas un bon film. Le cinéma suisse semble craindre moins d'être mauvais que de ne pas être important.

© DR

Premièrement, le néomisérabilisme. La cause est urgente, la position sans équivoque, l'indignation immanente. Dans le film néomisérabiliste, ce n'est pas l'expérience personnelle qui est au centre, mais l'émotion face à la souffrance des autres, érigée à bonne distance en sujet pertinent. L'histoire ne doit pas seulement intéresser ou émouvoir, elle doit prouver quelque chose. Film et public savent toujours de quel côté ils se trouvent. Cela rend le film presque imperméable à la critique, vite perçue comme un dénigrement de la cause. Cela apparaît clairement lors des discussions après projection. On parle du problème, non du film, qui sert de moyen pour parvenir à une fin. Reste l'indignation vécue collectivement. On est bouleversé-e, on a regardé et compris, et l'on rentre chez soi avec le sentiment d'être du bon côté.

Deuxièmement, le *Heimatfilm* postironique. Une vallée dans le brouillard, des paysans et paysannes qui traient leurs vaches, des artisans et artisanes aux mains sales, un dialecte inhabituel, une vieille tradition. Le *Heimatfilm* postironique est tiraillé entre nostalgie et avenir idéal. Le regard est affectueux, mais pas d'égal à égal. Les personnages paraissent authentiques, singuliers, peu loquaces, mais sont observés avec un sourire en coin. On admire leur monde, on envie leur simplicité, tout en souriant de leur vision du monde. Le film crée la distance qui permet à un public cultivé de savourer cette nostalgie sans devoir y adhérer. Le passé peut être beau, tant qu'il est clair que l'on ne souhaite pas y retourner. La *Heimat* peut rester la *Heimat*, tant que l'on peut en rire un peu.

Troisièmement, le cinéma-musée. L'histoire suisse est reconstituée à grands frais et racontée avec application, de manière impersonnelle et dans une logique commerciale transparente. Ces grosses productions misent sur leur pertinence culturelle et pédagogique. Ce qui fut historiquement important doit produire un cinéma important. Ces films ressemblent à des articles Wikipédia mis en scène. On déroule les faits et mise davantage sur l'exactitude des costumes et décors que sur un point de vue. L'histoire n'est pas réinterprétée, mais transmise. Une équipe et une distribution assurées tous risques complètent le tableau. Le résultat est défendable dans un dossier, mais timoré. L'expérience cinématographique ressemble à une visite dominicale au musée en famille.

Et quatrièmement, le film-selfie. La souffrance, les fissures dans la famille, les amitiés ou le couple deviennent des sources de sujets. L'interprétation du traumatisme devient autoportrait cinématographique, la caméra divan thérapeutique et le public analyste. La catharsis intime est enregistrée et élevée au rang d'art. Impossible de faire du cinéma avec son propre bien-être. Seul ce qui fait mal mérite d'être vu. La nécessité personnelle de ce travail sur soi devient urgence artistique. Celui ou celle qui n'est pas ému·e est sans cœur. Ici encore, critiquer le film est risqué, car, comme dans le néomisérabilisme, la souffrance est réelle et la critique peut être comprise comme une remise en cause de la cause elle-même.

J'aimerais un cinéma suisse alémanique qui ait le courage de ne pas se cacher derrière ses sujets. Un cinéma qui fasse confiance à l'idée que la pertinence naît d'un point de vue, d'une forme et du risque inhérent au geste de réaliser un film, quitte à échouer. ■

Impressum

Cinébulletin N° 560 / octobre 2026
Revue et plateforme des profession-nel·le·s de l'audiovisuel suisse

Maison des Arts du Grütli
Rue du Général-Dufour 16
1204 Genève
cinebulletin.ch

Éditeur
Association Cinébulletin

Responsable de publication
Daniela Palumbo
daniela.palumbo@cinebulletin.ch

Rédaction Suisse romande
Adrien Kuenzy
adrien.kuenzy@cinebulletin.ch

Rédaction Suisse allemande
Teresa Vena
teresa.vena@cinebulletin.ch

Correspondance Suisse italienne
Chiara Fanetti
chiara.fanetti@cinebulletin.ch

Graphisme : **Ramon Valle**

Traduction : **Nadia Pfeifer, Kari Sulc**

Correction : **Ludovic Roulin, Jeanne-Marie Chabloz, Christine Dériaz, Vasco Pedrolini**

Relation client : **Gabriel Eichenberger**
abo@cinebulletin.ch
6 numéros par an, abonnement: CHF 55.-

Régie publicitaire et encartage:
inserate@cinebulletin.ch

Impression
Imprimerie Jordi SA
ISSN 1018-2098

Reproduction des textes autorisée uniquement avec l'accord de l'éditeur et la citation de la source.

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Département fédéral de l'intérieur DFI
Office fédéral de la culture OFC